



**MIDAS**

Museus e estudos interdisciplinares

**3 | 2014**

**Varia e dossier temático: "Museos y participación biográfica"**

---

## Do Museu das Comunicações ao Bairro da Madragoa: Considerações sobre a relação entre um bairro e um museu

*From the Museu das Comunicações to Bairro da Madragoa: Considerations about the relation between a neighborhood and a museum*

**Margarida Mata**

---



### Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/midas/551>

DOI: 10.4000/midas.551

ISSN: 2182-9543

### Editora:

Alice Semedo, Paulo Simões Rodrigues, Pedro Casaleiro, Raquel Henriques da Silva, Ana Carvalho

### Refêrencia eletrónica

Margarida Mata, « Do Museu das Comunicações ao Bairro da Madragoa: Considerações sobre a relação entre um bairro e um museu », *MIDAS* [Online], 3 | 2014, posto online no dia 09 junho 2014, consultado no dia 19 abril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/midas/551> ; DOI : 10.4000/midas.551

---

Este documento foi criado de forma automática no dia 19 Abril 2019.



Midas is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License

---

# Do Museu das Comunicações ao Bairro da Madragoa: Considerações sobre a relação entre um bairro e um museu

*From the Museu das Comunicações to Bairro da Madragoa: Considerations about the relation between a neighborhood and a museum*

**Margarida Mata**

---

- 1 O projeto *Museu ao Bairro* promovido pelo Museu das Comunicações (Fundação Portuguesa das Comunicações) nasceu no âmbito da comemoração do Dia internacional dos Museus de 2009, subordinado ao tema Museus e Turismo. Contando com vários parceiros institucionais, dos quais se destacam o Museu da Água, o Museu da Marioneta e a Comissão Social da Freguesia de Santos-o-Velho<sup>1</sup>, o Museu das Comunicações iniciou o projeto com a exposição temporária *Do Museu ao Bairro: Histórias de Viajantes* (maio-julho 2009).
- 2 Sendo esta uma instituição recente, fundada em 1997, e arredada do circuito turístico dos museus da cidade de Lisboa, o tema Museus e Turismo foi abordado numa exposição que documentava as experiências de viagem dos moradores do Bairro da Madragoa, próximo do Museu das Comunicações. A musealização da experiência turística, valorizando a experiência pessoal dos moradores, procurou simultaneamente promover o património do bairro e estreitar relações entre os seus habitantes e o museu.
- 3 Atendendo à subjetividade e à imaterialidade intrínsecas à experiência de viagem, a documentação foi produzida de duas formas. Primeiro, com a recolha de objetos relacionados com as viagens, cuja identificação e classificação se baseou na descrição feita pelos proprietários desses objetos e, em segundo lugar, com a realização de um documentário, que incluiu a colaboração de alunos da Escola de Tecnologias, Inovação e Criação (ETIC), no qual as experiências dos viajantes foram contadas na primeira pessoa.

Estes dois elementos foram complementados por um núcleo documental de contextualização histórica, social e cultural.

- 4 Paralelamente à exposição organizaram-se visitas encenadas ao Bairro da Madragoa no último sábado de cada mês, dirigidas ao público em geral. Optando por um modelo de visita que concilia a dimensão pedagógica com a lúdica, estas foram orientadas por técnicos dos vários museus parceiros neste projeto, enquanto a Comissão Social da Freguesia de Santos-o-Velho se encarregou de encenar as visitas, contando com a colaboração dos moradores que enriquecem o discurso da visita guiada, através da partilha das suas experiências e vivências no bairro.
- 5 Apesar de a exposição que deu início ao projeto ter terminado em 2009, estas visitas continuam a decorrer mensalmente, entre maio e novembro, procurando estabelecer uma relação duradoura entre os vários parceiros.
- 6 As visitas começam no Museu das Comunicações, onde se procede ao visionamento do documentário apresentado na exposição *Do Museu ao Bairro: Histórias de Viajantes*. Em determinadas ocasiões os visitantes são recebidos com uma breve visita à galeria de exposições temporárias do piso térreo dedicada, principalmente, a mostras de artes visuais como incentivo para uma futura visita às restantes exposições.
- 7 O percurso das visitas *Do Museu ao Bairro*, assim como as temáticas abordadas, sofrem ligeiras variações de acordo com o programa definido pelo técnico que as orienta. Contudo, seguindo o objetivo de promover o património histórico e cultural do bairro, alguns espaços são tidos como incontornáveis, nomeadamente a Igreja de Santos-o-Velho, o Convento das Bernardas, o Lavadouro da Madragoa e o Chafariz da Esperança.
- 8 As visitas são acompanhadas por animadores culturais da Comissão Social da Freguesia e moradores devidamente caracterizados com vestuário alusivo a profissões que marcaram ou ainda marcam a vida do bairro, tais como: as varinas, os estivadores, os aguadeiros ou vendedores de cautelas de lotaria.
- 9 No percurso, destacam-se dois momentos de maior intervenção destas personagens: o início da visita, no Museu das Comunicações, onde tem lugar uma breve introdução feita pelos animadores, e no Convento das Bernardas (a meio do percurso), onde são abordados temas como o fado, a venda ambulante e as marchas populares. Neste segundo ponto, em função dos moradores que participam na atividade, os visitantes assistem a uma *performance* que pode incluir a partilha de histórias ou um momento musical.
- 10 O teor da dramatizações e dos contributos dependem dos moradores que se voluntariem a participar nas atividades. Apesar de existir um grupo de cerca de cinco pessoas que tem colaborado desde o início do projeto na animação das visitas, este sofre alterações caso haja desistências ou vontade de outros moradores em participar nas atividades. Trata-se de um trabalho não remunerado gerido pela Comissão Social da Junta de Freguesia.
- 11 Para além da encenação organizada, o envolvimento dos moradores é visível ao longo de todo o percurso, esperando pelos visitantes junto às suas casas, lojas ou locais aos quais estão ligados de forma afetiva ou profissional, mostrando disponibilidade em partilhar histórias e vivências ligadas àquele espaço.

## Do museu ao bairro

- 12 A visita ao Bairro da Madragoa atua como forma de promoção de um dos bairros históricos de Lisboa mais arredados do circuito turístico. Trazendo visitantes para um lugar fechado sobre si mesmo, estas atividades são geradoras de valorização de tradições e lugares que os próprios habitantes percecionavam como insignificantes.
- 13 Tendo o Museu das Comunicações como missão primordial a investigação e a difusão da história das comunicações, a comunicação é neste projeto assumida num sentido mais lato que compreende uma dimensão social e identitária do espaço, segundo o seu «caráter eminentemente transversal, que se relaciona com o que de mais profundo está inerente ao ser humano: a necessidade de contactar o próximo» (Pina 2010, 20).
- 14 A exposição de objetos pessoais dos moradores foi o primeiro passo para a dessacralização do espaço expositivo que se abre a experiências pessoais e biográficas de anónimos, encetando uma relação museu-bairro continuada pelas visitas encenadas que conciliam a abordagem histórica feita por técnicos especializados e a encenação com a participação dos moradores do bairro. Estas experiências são impulsionadoras de várias relações: moradores-museu, visitantes-bairro e visitantes-museu.

## Do bairro ao museu

- 15 Em 2010, a Fundação Portuguesa das Comunicações editou *Do Museu ao Bairro: Histórias de Viajantes*, com o objetivo de promover a reflexão das várias instituições envolvidas no projeto. Nesta publicação, Weber (2010), diretora do Museu das Comunicações, fez uma análise que confronta dois tipos de avaliação: quantitativa e qualitativa. Segundo a análise quantitativa de Weber, e em comparação com a participação nas outras exposições, as visitas ao Bairro da Madragoa apresentam números muito inferiores. Contudo, será de destacar que as estatísticas dos visitantes do museu são fortemente engrossados pelas visitas de grupos escolares, não contemplados na programação destas visitas ao bairro. Qualitativamente, os valores afetivos e de fomento da valorização social e económica do bairro, objetivos definidos desde o início, são apontados como bastante positivos. Esta avaliação baseia-se somente nos números de participantes nas visitas ao bairro e nas relações criadas entre parceiros, não existindo um estudo que procure apurar a opinião da comunidade e dos visitantes com o objetivo de avaliar o impacto deste projeto.
- 16 Neste contexto, apesar de a comunicação poder ser analisada num sentido mais abrangente, não podemos deixar de ter em conta a função primordial do museu: expor e divulgar o património das comunicações. Mesmo não tendo dados provenientes de um estudo mais aprofundado, devemos apontar duas formas de retorno para o museu com este projeto e junto de dois grupos distintos: o público em geral e os moradores. Relativamente ao primeiro grupo destacamos o papel dinamizador destas visitas que mobilizam visitantes para um contacto que poderá ser desenvolvido posteriormente.<sup>2</sup> Assim, a principal mais-valia destas visitas, na promoção do património junto do público geral será a divulgação de outras atividades e exposições que o Museu das Comunicações oferece. Quanto ao segundo grupo, deverá assumir-se que atuar junto da comunidade de um bairro apresenta-se como um empreendimento ambicioso. Não é todo o bairro que se envolve neste projeto, sendo circunscrito, por questões de disponibilidade de várias

ordens, a um grupo caracterizado pela sua idade avançada e de baixa escolaridade. Este grupo faz parte de uma comunidade dentro da comunidade do bairro, que mesmo tendo participando em atividades que enaltecem a sua identidade, essa colaboração poderá não ser suficiente para encetar uma relação efetiva com o património e as temáticas das tecnologias das comunicações que o museu estuda e divulga.

- 17 Atendendo ao objetivo do museu em estreitar relações com os vizinhos, enquanto potenciais frequentadores deste espaço, deixamos as seguintes questões para a avaliação do projeto: Quantos moradores do bairro são frequentadores do museu nos seus tempos livres e autonomamente? Quantas destas pessoas assistem aos eventos que decorrem no museu? Quantos inscrevem os seus filhos nas oficinas de férias?

## O museu como gerador de relações e valorização social

- 18 O projeto *Do Museu ao Bairro*, iniciado com uma exposição direcionada não apenas para os moradores do Bairro da Madragoa, mas com a sua colaboração, e que prossegue com a programação regular de visitas que seguem a mesma lógica, afirma-se como um esforço de promoção e valorização de um património que extrapola o domínio a que este museu se dedica.
- 19 Neste projeto o Museu das Comunicações abre as portas a colaborações externas, iniciando relações que dificilmente se estabeleceriam sem um empenhado esforço que inclui os habitantes do Bairro da Madragoa, que colaboram ativamente nestas atividades, mas também com outros parceiros vizinhos: instituições congéneres, escolas e parceiros sociais.
- 20 Com esta ação o museu inicia uma campanha de valorização de património que vai para além das coleções já existentes. Gentes, saberes e lugares do território envolvente são valorizados e dados a conhecer, estimulando o seu desenvolvimento social e económico.
- 21 Mesmo que aparentemente o projeto se afaste da missão primordial de expor, estudar e divulgar a história e o património ligado às comunicações, a colaboração com entidades e pessoas que partilham o mesmo território vem transmitir uma mensagem assente na preocupação em conhecer os que lhe estão mais próximos, sejam pessoas ou lugares, afirmando-se como um museu colaborativo e em ligação com a realidade do território que ocupa.

---

## BIBLIOGRAFIA

Dierking, Lynn D. 1992. *The Museum Experience*. Washington D.C.: Whalesback Books.

Pina, Liliana. 2010. "Do Museu ao Bairro: Histórias de Viajantes. Uma Exposição Enquanto Lugar de Diálogo e Confronto." In *Do Museu ao Bairro: Histórias de Viajantes*, organizado por Cristina Weber, 20–24. Lisboa: Fundação Portuguesa das Comunicações.

Shelnut, Stacey. 2000. "Long-Term Museum Programs for Youth." In *Selections from the Journal of Museum Education, 1992-1999*, editado por Joanne S. Hirsch, e Lois H. Silverman. Washington D.C.: Museum Education Roundtable.

Weber, Cristina, org. 2010. *Do Museu ao Bairro: Histórias de Viajantes*. Lisboa: Fundação Portuguesa das Comunicações.

## NOTAS

1. A rede de parceiros deste projeto inclui ainda a Junta de Freguesia de Santos-o-Velho, a Unidade de Projeto da Madragoa-São Bento da Câmara Municipal de Lisboa, a ETIC, o grupo de teatro A Barraca, o Centro InterculturaCidade e a Associação Etnia.
2. Deverá também destacar-se que o museu se encontra encerrado ao sábado de manhã, período em que decorrem estas visitas, abrindo apenas a exposição temporária do piso térreo no período que antecede o percurso para visionamento do documentário introdutório. Os participantes desta atividade são, assim, impedidos de ver a coleção permanente e as exposições temporárias patentes nos restantes pisos, antes ou imediatamente após a visita ao bairro.

---

## RESUMOS

O Museu das Comunicações, em Lisboa, promove desde 2009 o projeto *Do Museu ao Bairro* com uma programação regular de vistas guiadas pelo Bairro da Madragoa. Esta programação iniciou-se no âmbito de uma exposição temporária projetada em conjunto com os moradores deste bairro histórico. Neste texto, procuramos indagar quais as consequências e o impacto deste projeto junto dos vários agentes envolvidos: museu, moradores e público.

Since 2009, the Museum of Communications, in Lisbon, has been developing the project *Do Museu ao Bairro* (from the Museum to the Neighborhood), with a regular program of visits to the museum's surrounding Madragoa quarter. The project started with a temporary exhibition organized by the museum and with the participation of the inhabitants of this historical district. In this text we wish to question the consequences and impact of this project on the multiple agents involved: museum, inhabitants and the public.

## ÍNDICE

**Palavras-chave:** visita guiada, valorização social, participação, exposição, turismo cultural

**Keywords:** Guided tour, social empowerment, participation, cultural tourism, exhibition

## AUTOR

### MARGARIDA MATA

Licenciada em Escultura (2009) pela Faculdade de Belas-Artes de Lisboa e mestre em Museologia e Museografia (2012) pela mesma instituição, com a dissertação *Valorização do Património do Teatro o Bando. Ao Relento, uma Instalação de Máquinas de Cena em degradação assumida*. Tem colaborado como mediadora cultural em vários museus, nomeadamente: Museu do Design e da Moda (MUDE), entre 2009 e 2011, Museu das Comunicações, entre 2011 e 2012, Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado (2013) e Casa-Museu Dr. Anastácio Gonçalves (2013); e tem trabalhado como assistente técnica no campo das artes. [mata.margarida@hotmail.com](mailto:mata.margarida@hotmail.com)